

LA FERIA “MANOS DE LA TIERRA”: UNA EXPERIENCIA DE MERCADO ALTERNATIVO LOCAL PARA LA AGRICULTURA FAMILIAR

Autores: Equipo Promotor-Proyecto de Extensión “Banco Social y Feria Manos de la Tierra” Unlp.

INTRODUCCIÓN

La experiencia de trabajo en terreno con diferentes grupos de productores familiares a partir del proyecto de extensión de la UNLP “Banco Social” (BS), permite la visualización de problemáticas particulares que circundan y atraviesan a la producción familiar. Cuestiones a nivel macro y de mediano y largo plazo concretas: ingresos, acceso al uso y tenencia de la tierra, infraestructura, canales de comercialización, mercados, promoción del protagonismo del sector dentro de las cadenas agroindustriales, etc. Dentro de estos, la comercialización aparece como tema central y en constante disputa entre los actores que forman la cadena hortícola que opera en el mercado local actual. La desigualdad que surge del análisis de dicha situación ha sido discutida sistemáticamente por el equipo promotor del BS y los productores, con presencia en la agenda de debate en las diferentes instancias de encuentro. En este marco, desde el Consejo de Productores (órgano consultivo y de decisión de los grupos de productores del BS) nace la idea de generar un espacio “alternativo” de comercialización dentro de la Facultad de Agronomía con los productores vinculados al proyecto. Es así que se comienzan a dinamizar los mecanismos necesarios para poner a punto y llevar adelante la Feria de Productores Familiares “Manos de la Tierra” todos los miércoles - desde octubre del 2008- en los jardines de la Facultad. El espacio no solo aporta a la visibilidad de un modo de producir y a la construcción de una opción de intercambio directa más equitativa entre productores-consumidores, sino también a la problematización de lo que significa la utilización-ocupación de la Universidad como espacio público (siendo el BS un proyecto de extensión de la misma). Habiendo acumulado la experiencia de casi tres años en dicha propuesta, es el objetivo del trabajo en primera instancia sistematizar y analizar las prácticas acumuladas, considerando aspectos económicos-productivos, logísticas-operativos, socio-organizativos y normativos que modelan el desarrollo de la experiencia. Luego en base a esto indagar y reflexionar acerca de fortalezas y debilidades que emanan del proceso de construcción de mercados alternativos para la agricultura familiar. Por otro lado, en el marco de la economía social, poder visualizar si estas experiencias tienden a fortalecer dinámicas que apunten a procesos de inclusión del sector, generando redes con sentidos que vayan más allá del mero intercambio comercial, donde el espacio de encuentro sostenido desde el esfuerzo colectivo cree y recree vínculos sociales, políticos y culturales.

Creación de la Feria “Manos de la Tierra”. Antecedentes

El desarrollo de la propuesta del BS trajo aparejado la necesidad de construir y fortalecer el espacio de organización entre los grupos de productores. A partir del año 2008 se conformó un “Consejo de Productores”, para discutir y definir

las propuestas para el área de financiamiento y debatir sobre problemáticas comunes de la pequeña producción familiar. El mismo se planteó como un espacio de consulta (entre representantes de los distintos grupos de productores y el equipo de promotores del BS) para el debate y análisis de montos, plazos, destino y renovaciones de los créditos. Del mismo modo, trabajar sobre otras líneas de acción y la difusión de políticas públicas que inclusivas de interés de las familias productoras. El consejo se conformó con representantes de los 24 grupos operativos de productores asistidos en el marco del proyecto. El mismo se reunió en asamblea cada dos meses y en el se abordaron las demandas surgidas en el seno de los grupos (que excedían el trabajo a nivel grupal). Dentro de las demandas recabadas en las reuniones, surgió como inquietud la mejora en la apropiación del valor de los productos obtenidos en las unidades familiares. En la confluencia de sentidos, dados tanto en la importancia de asignar una mayor visibilidad al trabajo proveniente de la agricultura familiar como en la alternativa concreta de generar ingresos monetarios a través de canales más apropiados, se definió la propuesta de crear una feria de productos, asentada sobre el espacio físico de ingreso a la Facultad. Fue también a través del Consejo de Productores, que se definió la organización de la difusión, logística y el nombre de la misma: Feria de Productores Familiares “Manos de la Tierra”. Es así como se inicia la idea de este espacio de venta directa, minimizando los intermediarios con una consecuente mejora en los ingresos económicos.

Entre noviembre y diciembre de 2008 se realizan 4 ferias como prueba piloto y a partir de marzo de 2009 hasta la fecha se instaló con una frecuencia semanal (decisión tomada por los productores en una de las reuniones del Consejo de Productores).

Desde la gestión institucional se diseñó un Proyecto integral involucrando a la Facultad y a Instituciones del medio, en carácter co-participante (Municipalidad, IPAF-INTA) para trabajar y fortalecer una mesa de debate que permitiera dejar instalada una Feria periódica en el espacio de la Universidad, recreando a ésta como espacio inclusivo y llenándolo de producción familiar, vida y cultura de los agricultores familiares. De julio a diciembre de 2010 la Feria se realizó también en la Facultad de Veterinaria, y desde junio de 2011 se encuentra funcionando en la Facultad de Ingeniería.

Puesta en marcha – La organización de la feria...

Formular, desarrollar y hacer funcionar este proyecto planteó la necesidad de la organización. De esta manera, por decisión de los participantes del Consejo de Productores (CP) se creó una comisión coordinadora de la Feria. La frecuencia semanal llevó a que se asuman actividades concretas de disposición y armado del espacio, logística, difusión, entre otras. Esta coordinación, informal, fue estructurando el trabajo, definiendo roles y funciones y, con el tiempo, esos pequeños lineamientos de “cómo hacer” se constituyeron en pequeños códigos que aún hoy no han llegado a formalizarse mediante un reglamento interno, pero que estructuran las actividades cotidianas. Al finalizar la venta los productores de la feria y miembros del equipo promotor del BS, conforman un pequeño espacio de discusión y toma de decisiones respecto a la operatoria semanal y a la planificación.

Hacia adentro de este espacio se atienden temáticas como la difusión y comunicación, cuya tarea es desarrollar y ejecutar estrategias de comunicación y promoción de la feria. Por otra parte los gastos son cubiertos mediante un pequeño “fondo común” conformado entre los participantes de la feria destinado a gastos vinculados a la compra de bolsas, pago de espacios publicitarios, pago de fletes, entre otros.

Las dificultades

1- Logísticas-operativos: El transporte de la mercadería es la principal limitante, que impide que otros grupos de productores accedan a la feria. El transporte es el tema central de las reuniones con los productores feriantes; a la fecha se ha resuelto con dos vehículos institucionales, fletes alquilados y solo dos vehículos de productores. A pesar del potencial del espacio comercial, el mismo no ha crecido sustancialmente en términos cuantitativos. Los productos son vendidos prácticamente en su totalidad, por lo que al no incorporarse nuevos grupos, una presencia masiva de público a partir de una amplia difusión implicaría una saturación de la demanda, y estos consumidores potenciales no volverían a concurrir.

2- Económicos-productivos/normativos: Hasta la actualidad, la Feria sólo vende productos frescos: verduras, hortalizas, plantas, plantines, flores, miel y huevos. Existe un “vacío legal” para acompañar y regular la producción agroindustrial de los agricultores familiares, y hasta el momento no se ha podido establecer ni desde el municipio, ni desde la Universidad un marco que permita la producción y venta de alimentos elaborados a partir de las materias primas de las quintas: dulces, salsas, encurtidos, etc. Es necesario generar un protocolo de producción y una normativa acorde a los productores familiares, que con otras reglas de juego y otros procesos, garanticen la inocuidad de los alimentos.

3- Políticos: Por otro lado, la realización de una Feria semanal en el ámbito de la Facultad, con productores de la región que trabajan en el marco de un proyecto de extensión implica un fuerte posicionamiento político. Este espacio se genera y sostiene desde una concepción de Universidad asociada a la comunidad y en particular a los sectores más desfavorecidos. Sin embargo, esta visión no es homogénea hacia dentro de la institución; por el contrario existen cuestionamientos hacia esta forma de construcción. Por lo tanto se plantea que la Feria es actualmente un “espacio en disputa”, asociados a concepciones diferentes de Universidad. Si bien, la actual conducción de la Facultad apoya la realización de la misma; su continuidad y crecimiento se encuentra fuertemente asociada al apoyo político de la comunidad académica y las futuras gestiones.

4- Socio-organizativos: Hasta aquí los productores valoran y se apropian de la propuesta, dinamizando cuestiones grupales como el fondo grupal y el espacio de reunión luego de la finalización de cada feria. Aún así, las lógicas productivistas siguen presentes en sus esquemas técnicos y en sus formas de interactuar, ya que el individualismo y la racionalidad instrumental emergen en diferentes situaciones cotidianas, plasmando heterogeneidades, asimetrías entre el grupo de productores. Otro indicador radica en que, aún a casi dos años de la implementación de la feria, no ha surgido aún la motivación de los

productores de sistematizar un reglamento colectivo de funcionamiento de la misma.

CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

Las Ferias Verdes como mercados alternativos, constituyen una verdadera opción para aumentar los ingresos de los agricultores familiares, así como para generar nuevas relaciones socioculturales, ligadas fundamentalmente a la relación productor-consumidor.

El espacio de la facultad, hasta ayer lugar solo de paso de docentes y estudiantes, se llena de producción, cultura, vida de los productores, reestructurando el sentido de lo público y permitiendo un mayor compromiso e interacción de la Universidad con la sociedad. Dicho espacio aún sigue en disputa, aunque la experiencia indica que es posible construir otras intervenciones que disparen otros sentidos desde un proyecto de extensión de la Universidad. Surgen así cuestiones que tienen que ver con las contradicciones mismas de un sistema hegemónico que se expresa en todos los ámbitos, siendo la facultad parte de la misma tensión.

A partir de la Feria, el proyecto de extensión del BS ha adquirido una mayor complejidad y visibilidad en la comunidad universitaria y en la ciudad de La Plata. Permitió que los mismos productores familiares muestren los frutos de su esforzado trabajo, generó una importante afluencia de consumidores que no tenían relación con la Facultad y por otra parte, ha permitido un desarrollo muy importante de nuevas capacidades de los productores, como “feriantes” y como constructores de una nueva manera de comercializar sus productos.

A la vez, esta visualización de los consumidores y sus necesidades por parte de los productores a través de la experiencia de trabajo genera nuevos desafíos que interpelan al colectivo. La necesidad de trabajar la planificación productiva de los predios de los productores-feriantes, se manifiesta como necesidad para mejorar la diversidad y la cantidad de productos. Obtener un protocolo de producción participativo, que permita vender productos elaborados en la Feria, se plantea como una de los objetivos a trabajar en el mediano plazo. La necesidad de ir dotando de mejores condiciones en la logística y el transporte de productos y feriantes, se establece como uno de los principales desafíos, sin duda éste es uno de los aspectos estructurales más limitantes en el funcionamiento de este mercado alternativo.

Surge aquí una pregunta clave que se relaciona con la sustentabilidad de la propuesta en el tiempo. ¿Hasta dónde se pueden sostener este tipo de espacios sin la intervención de las organizaciones de apoyo? ¿Existe predisposición desde el estado dar respuesta a este sector? Resaltar aquí el rol estratégico que tiene el estado y las políticas públicas, (reconociéndonos desde la universidad como parte de las mismas) en establecer, regular y garantizar la instalación y funcionamiento de estos espacios que privilegien el rol de la pequeña producción en garantizar la alimentación de la población local y regional, y de esta manera garantizar el derecho a elegir qué y cómo consumir. En definitiva aportar en la construcción de la Soberanía Alimentaria de nuestras comunidades.

En cuanto a los aspectos socio-organizativos, la propuesta se enmarca en un enfoque de apropiación, autonomía y construcción de poder por parte de los productores involucrados, con la finalidad de que los feriantes organizados

tengan día a día mayor peso en la toma de decisiones y en la ejecución de las propuestas. Para esto es necesario problematizar y trabajar los sentidos que movilizan los feriantes en su participación del proyecto.

Tanto los promotores como los productores que participan son quienes establecen la forma en que estos mercados alternativos funcionarán. Hemos visto que todos tienen como objetivo común general desarrollar un espacio de comercialización directa entre productor y consumidor donde se valore el producto y en donde se creen vínculos entre unos y otros. Sin embargo, dependiendo de la organización, asociación o grupo de que se trate, ese espacio de participación y toma de decisiones, será más o menos representativo de los intereses de los productores familiares. Es decir, que sea “alternativo” no necesariamente implicará que prevalezcan principios de solidaridad, ayuda mutua, equidad, respeto, igualdad, democracia y cooperación, sino que dichos principios aparecerán entrelazados con actitudes competitivas e individualistas fruto de los valores de mercado tradicionales enmarcados en un modelo neoliberal.

Estas apreciaciones definen un norte que orienta nuestras prácticas de intervención en estrategias a futuro: trabajar con los productores y consumidores a través de una estrategia comunicacional, para tratar de problematizar las concepciones, evaluaciones y percepciones de la realidad que en sus prácticas diarias y en el espacio de la feria comparten cada uno de estos sujetos. ¿Cómo están posicionados en relación a la feria como mercado alternativo? ¿Reconocen la presencia de otros sentidos que van más allá de la relación de intercambio? ¿Les resulta indiferente? ¿Cuáles son sus intereses y necesidades en relación a esto? ¿Y qué visión tienen de los otros actores?

De esta manera, también debemos reflexionar como equipo sobre nuestras prácticas y sobre nuestras percepciones de la misma manera, pero sobre todo indagar en el marco de la intervención ¿Para que vamos al otro? ¿Para informarlo? ¿Para persuadirlo? ¿Para acompañar procesos? ¿Se recepciona realmente la propuesta en la manera en que esta direccionada? ¿Cómo se construyen los sentidos en esta instancia? ¿A que somos funcionales con nuestras prácticas?

Por otro lado, es necesario reconocer la existencia de otros actores locales en un espacio de disputa de intereses que se encauzará posiblemente desde un proceso de negociación interno como externo, el cual resultará más favorable tanto más fuerte y establecida esté la organización y cuánto más productores y familias estén involucrados en el proyecto. En este contexto es donde quizás aparecerán actores políticos, municipales o provinciales, y las relaciones con estos resultarán fundamentales para continuar desarrollando el proyecto porque garantizarán las condiciones para hacerlo. La continuidad y crecimiento de este tipo de mercados dependerá de la capacidad de las organizaciones de establecerse en el territorio, articulando y negociando con los diferentes actores e interactuando con los consumidores y la población local con la finalidad que el proyecto sea apropiado por todos.

El proyecto como “isla contra-hegemónica” dentro del paradigma dominante, da sensaciones encontradas a la hora de cerrar un análisis del mismo. Por un lado, son muchas las veces en que parece que la utopía se nos aleja. Aparecen las debilidades en las cotidianidades, que surgen desde la logística y el riesgo de sostenibilidad de la propuesta hasta respecto de los feriantes y sus racionalidades o en la misma Facultad, con sus mensajes contradictorios

sobre apoyar-trabar el proceso. Pero se hace fuerte y se llena de sentido cuando nuestra mirada se hace más amplia y observamos todo como una línea de tiempo, en términos de proceso. Y se fortalece aun mas, cuando se encuentra tejiendo redes con otras experiencias y organizaciones que, hermanadas por objetivos comunes caminan en conjunto hacia el mismo horizonte.

.